

FAKULTA PŘÍRODOVĚDNĚ-HUMANITNÍ A PEDAGOGICKÁ

Katedra: Tělesné výchovy
Studijní program: Ekonomika a management
**Studijní obor
(kombinace):** Sportovní management

**Založení podniku nabízejícího outdoorové a
teambuildingové programy**

**Foundation of a company offering outdoor and
team-building programs**

Bakalářská práce: 360–FP–KTV–2010

Autor:
Tereza MATĚJKOVÁ

Podpis:

Adresa:
Legií 361/14
460 14, Liberec 12

Vedoucí práce: PaedDr. Martinec Jindřich

Počet

stran	grafů	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
57	0	3	7	17	0

V Liberci dne: 22. 4. 2010

Prohlášení

Byl(a) jsem seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval(a) samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

V Liberci dne: 22. 04. 2010.

Tereza Matějková

Poděkování

Chtěla bych poděkovat všem, kteří mi jakýmkoliv pomáhali při zpracování mé bakalářské práce. A to především vedoucímu práce PaedDr. Jindřichu Martincovi a Ing. Zdeňku Žďárskému za jejich čas a rady. Dále bych chtěla poděkovat daňové poradkyni Ing. Lence Voborové a profesorce ekonomické fakulty na TUL Ing. Petře Rydvalové, Ph.D., od kterých jsem dostávala rady především z ekonomického a daňového hlediska.

Anotace

Cílem bakalářské práce je získání informace zda dva čerství absolventi magisterského studia dokážou začít podnikat, zda jsou schopni nastudovat veškerou legislativu spojenou se založením firmy a dále zjistit, zda jsou natolik kreativní, aby mohli podnikat bez jakékoliv předchozí praxe.

Zda podnik bude schopen fungovat je zachyceno ve finanční analýze založení fiktivního podniku specializujícího se na outdoorové a teambuildingové aktivity a v provedené SWOT analýze, která představuje jak silné a slabé stránky podniku, tak i hrozby a příležitosti.

Kreativnost společníků je předvedena na konkrétním zpracování projektu pro klienta, který zahrnuje i finanční budget.

Annotation

The aim of this bachelor work is to obtain information whether two recent graduates master degree can start a business, whether they are able to study all legislation relating to establishment of the company and find if there are enough creative people to do business without any previous experience.

Whether the company will be able to work is captured in the financial analysis establishing fictitious company specializes in outdoor and teambuilding activities and in made a SWOT analysis, which represents both the strengths and weaknesses, as well as threats and opportunities.

Creative partners is showcased on a specific project for a client, which includes the financial budget.

Annotation

Das Ziel des Bachelorabschluss ist die Informationseinbringung, ob zwei frische Absolventen die Unternehmen beginnen können, die Legislative zur Kenntnis kommen können, die mit der Firmengründung verbinden sind und auch feststellen, ob die Absolventen so kreativ sind, dass sie ohne die vorgehende Praxis Unternehmen treiben können.

Ob die Unternehmen funktionieren können, ist in der finanziellen Analyse für das fiktive spezialisierte Unternehmen in den Outdoor und Teambuilding-Aktivitäten und in SWOT Analyse, die stellt die Vorteile und Nachteile und Drohungen und Gelegenheiten des Unternehmen festgehalten.

Die Kreativität der Gesellschafter ist auf dem konkreten Projekt für den Kunden vorgestellt. Das Projekt beinhaltet auch das finanzielle Budget.

Seznam použitých zkratek

a. s.	akciová společnost
aj.	a jiné
apod.	a podobně
cca	přibližně
č.	číslo
DBL	double
DPH	daň z přidané hodnoty
FO	fyzická osoba
GPS	Global Positioning System
IT	information technology
k. s.	komanditní společnost
Kč	korun
km	kilometr
min.	minimálně
např.	například
nar.	narozen
obch. Z.	obchodní zákoník
odst.	odstavec
OSVČ	osoba samostatně výdělečně činná
PO	právnícká osoba
popř.	popřípadě
PÚ	právní úkon
s. r. o.	společnost s ručením omezením
spol.	společnost
tj.	to je
v. o. s.	veřejná obchodní společnost
WIFI	wireless fidelity
zakl. listina	zakladatelská listina
ŽZ	Živnostenský zákon

Úvod.....	10
1 Cíle práce	11
2 Podnikání	12
2.1 Podnikatel.....	12
2.2 Podnik.....	14
2.3 Živnost	15
2.4 Právnícká osoba	17
2.5 Obchodní společnosti	19
2.5.1 Porovnání obchodních společností	20
2.5.2 Založení a vznik společnosti s ručením omezeným	23
2.5.3 Zrušení a zánik podniku	23
2.6 Obchodní firma.....	24
3 Marketingová situační analýza	24
3.1 Situační analýza.....	24
3.2 Strategická situační analýza	25
3.3 Marketingová situační analýza.....	25
3.4 SWOT ANALÝZA	25
4 Outdoor	26
4.1 Cíle programů	26
4.2 Podoby outdoorového tréninku	27
4.3 Psychická pohoda.....	27
4.4 Bezpečnost	29
5 Teambuilding.....	30
5.1 Podstata teambuildingu.....	30
5.2 Přínosy teambuildingu.....	31
5.3 Typy teambuildingových aktivit a programů	31
6 Podstata podnikání.....	33
6.1 Cíle podniku	33
6.2 Předmět podnikání.....	34
7 SWOT analýza.....	35
8 Marketingový mix 4P	36
8.1 Produkt/ služba	36
8.2 Cena	37
8.3 Distribuce	39
8.4 Propagace	39
9 Název a logo společnosti.....	40

10	Volba právní formy	41
10.1	<i>Kroky k založení s.r.o.....</i>	41
10.2	<i>Orgány společnosti s ručením omezeným</i>	42
10.3	<i>Počet zakladatelů.....</i>	44
11	Finanční analýza.....	46
11.1	<i>Zřizovací náklady.....</i>	46
11.2	<i>Jednorázové náklady na vybavení sídla společnosti a zajištění chodu společnosti</i>	47
11.3	<i>Běžné měsíční náklady.....</i>	47
11.4	<i>Zdroje výnosů</i>	48
11.5	<i>Hospodářský výsledek k 31. 12. 2011</i>	49
12	Zajištění teambuildingu	50
12.1	<i>Požadavky klienta</i>	50
12.2	<i>Příprava akce.....</i>	50
12.3	<i>Realizace teambuildingu.....</i>	52
12.3.1	<i>Program.....</i>	52
12.3.2	<i>Země vycházejícího slunce</i>	53
13	Závěr	56
14	Seznam použité literatury	57

Úvod

Pojem teambuilding a outdoor se v dnešní době stávají velmi užívanými slovy a to nejen v zahraničí, ale už i v České republice. Lidé se snaží od každodenního stresu utíkat do přírody a možná i proto čím dál tím více firem začíná využívat těchto kurzů. Kurzy se stávají nedílnou součástí rozvoje osobnosti člověka a podnikům napomáhají ke zlepšení vztahů na pracovišti, uvědoměním si rolí v týmu tak především k zefektivnění komunikace a poznáním jednotlivých členů pracovního týmu. Veškeré aktivity by měly přispívat k zlepšení celého pracovního procesu.

Prvním faktorem podněcujícím mě si vybrat zrovna toto téma je několikaletá praxe v oboru. Od 15- ti let se přímo zúčastňuji teambuildingových a outdoorových programů jako brigádník, proto je pro mne výzvou psát práci na toto téma. Dalším faktorem je hospodaření malých firem. Jedná se o téma, které mě velice zajímá a chtěla bych se mu věnovat i po ukončení vysokoškolského studia.

Práci je rozdělena do dvou částí, první část je teoretická. Měla by sloužit k vysvětlení veškerých ekonomických pojmů, spojených se vznikem podniku a potřebných náležitostí k jeho založení a fungování. Důležitou část tvoří rozbor pojmů outdoor a teambuilding. Vzhledem k tomu, že se jedná o nosné téma bakalářské práce, je zde vysvětleno, co tyto pojmy vlastně znamenají, jaké jsou jejich přínosy a co je představuje.

Druhá část je praktická, opět se dále bude rozdělovat na ekonomickou část, jako je podstata podnikání, název a logo firmy apod. A na část, která se bude týkat nabízených programů.

V konečné fázi práce se pokusím o zpracování konkrétní nabídky pro klienta, která by měla ukazovat už konečnou práci fungujícího podniku specializujícího se na teambuildingové a outdoorové aktivity.

1 Cíle práce

Cílem práce je popis založení fiktivní firmy, spadající do charakteru malé a střední podniky a ukázky zpracování teambuildingového projektu.

Dílčí cíle:

- charakteristika ekonomických pojmů spojených se vznikem podniku;
- vysvětlení pojmů teambuilding a outdoor;
- založení a vznik podniku- podnikatelské rozhodnutí;
- realizace teambuildingového programu pro klienta.

2 Podnikání

Pojem, který upravuje obchodní zákoník, charakterizovaný určitými prvky:

- soustavnost: činnost vykonávám soustavně, pokud jde o činnost nahodilou, ojedinělou, příležitostnou, nesplňuje požadavek soustavnosti;
- samostatnost: ten, kdo podniká, podniká samostatně, nikdo mu nepřirazuje úkoly, nejedná se o práci závislou;
- vlastní jméno: firma, pod kterou člověk podniká;
- na vlastní odpovědnost: je odpovědný za plnění závazků za veškerou činnost, která vyplývá z (plnění závazků ze své) podnikatelské činnosti (závazky, majetek, zaměstnanci);
- dosažení zisku: je tak chápán i člověk, jehož podnikání je ztrátové => dosažení zisku je účelem podnikání.

Podnikání je soustavnou činností, kterou provádí samostatně, pod vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku.

2.1 Podnikatel

Pojem je vymezen v § 2 odst. 2 obchodního zákoníku, důležité, zda bude použito obchodní zákoník nebo ne; a důležité i proto, zda bude užito i jiných právních předpisů, kterých se tento pojem dotýká, čtyři skupiny subjektů, které se pod tento pojem zařazují:

- Osoba zapsaná v obchodním rejstříku: všechny osoby, které jsou zde zapsány jsou podle obch. Z. považovány za podnikatele. Je jedno, zda se osoba zapsala do rejstříku povinně (obligatorně) nebo dobrovolně (fakultativně).

Povinně zapsané osoby:

- všechny druhy obchodních společností (v.o.s., a.s., s.r.o., komanditní spol.);
 - družstva;
 - jiné PO (státní podniky);
 - zahraniční PO a FO.
- Fyzické osoby podnikající na základě živnostenského oprávnění: na základě živnostenského listu nebo koncese => živnostenské oprávnění.
 - Fyzické osoby podnikající na základě jiného než živnostenského oprávnění: podnikají podle zvláštních předpisů, jedná se o osoby,

kteře jsou ve smyslu obchodního zákoníku považováni za podnikatele (např. advokát, notář, daňový poradce, stomatolog, tlumočník, patentový poradce).

- FO provozující zemědělskou výrobu a jsou zapsáni do evidence podle zvláštního předpisu (rolník).

Podnikatel nemusí nezbytně zakládat obchodní společnost, může jakožto podnikající fyzická osoba požádat o vydání živnostenského listu a stát se živnostníkem. Další možností je vykonávat činnost, jako právnická či fyzická osoba, která není živností, ale naplňuje definici samotného podnikání.

Desatero úspěšného podnikatele

Typické rysy, které by měl ve své každodenní činnosti podnikatel uplatňovat, má-li být jeho osobní příklad hnací silou úspěšného rozvoje podniku.

- Vytrvalost- podnikání je „běh na dlouhou trať“, podnikání patří do oblasti sociálně ekonomických jevů, pro které je příznačná vysoká míra setrvačnosti.
- Sebedůvěra- podnikatel musí mít důvěru ve vlastní schopnosti, musí umět zhodnotit rizika, neustupovat před překážkami a dílčími neúspěchy.
- Odpovědnost- podnikání je spojeno s odpovědností a to nejen právní ale i morální.
- Informovanost- informovanost podnikatele a jeho schopnost tyto informace hromadit, třídit, vyhodnocovat a použít k rozhodování.
- Iniciativa- podnikatel by měl konat dříve, než jej někdo upozorní, případně než je ke konání událostmi donucen.
- Monitoring a využití příležitostí a svých silných stránek- podnikatel by měl znát své přednosti a využívat je, neustále by měl sledovat vývoj okolí a zkoumat, zda pro jeho podnikání nevzniká zajímavá příležitost.
- Koncepce cena-kvalita-flexibilita- v současném tržním prostředí již nestačí spoléhat na nalákání zákazníků na nižší cenu, ale jako samozřejmá se stává kvalita produkce a stále častěji i pružné reagování na požadavky zákazníků.
- Úsilí o úspěch- objektivní (zisk) a subjektivní (výsledek vnímání jedince nebo skupin lidí)
- Racionální chování- tržní ekonomika vyžaduje, aby podnikatel uvažoval

ve variantách, vybíral z různých alternativ, predikoval své podnikatelské aktivity, nebál se pouštět do perspektivních projektů, v provozních činnostech důsledně uplatňoval hospodárné přístupy, případně se řídil doporučeními získanými z teorie.

- Respektování okolní reality- podniká se v prostředí, ve kterém platí řada zákonů, existuje daná demografická struktura atd., která se globalizuje [4].

2.2 Podnik

Podnik je vlastnictvím podnikatele (soubor hmotných, nehmotných a osobních složek podnikání), podniku náleží práva, věci a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli, slouží k provozování podniku, nebo mají k tomuto účelu sloužit. Znamená to, že sem patří věci movité i nemovité, práva (např. právo k ochranné známce, právo na využití vynálezu), hmotné statky a jiné nevyjmenované hodnoty (např. odborná kvalifikace podnikatele, jeho osobnostní vlastnosti, odborná kvalifikace zaměstnanců, manažeri a jejich právní vědomí), nehmotné statky (např. know-how – klientela, postavení podniku na trhu, dobré jméno). Hodnota podniku je ocenění všech složek podniku jako celku, určuje skutečnou hodnotu ocenitelnou penězi. Podnik může být předmětem koupě, prodeje, nájmu, vkladu společníka do obchodní společnosti.

Mikrookolí

Tvoří vlivy do značné míry ovlivnitelné vlastní činností podnikatele. Jsou to vlivy, které bezprostředně ovlivňují hlavní funkce podniku.

Patří sem:

- samostatný podnik;
- zákazníci;
- dodavatelé;
- distributoři;
- konkurence [3].

Makrookolí

Tvoří širší okolí podniku, tedy takové společenské vlivy, které působí na makroprostředí jako celek.

Patří sem:

- ekonomické prostředí;
- technické a technologické prostředí;
- demografické prostředí;
- kulturní prostředí [3].

Legislativní prostředí

Sestává se především z právních předpisů, které upravují soukromé vlastnictví, svobodné vykonávání podnikatelské činnosti, podmínky podnikání apod. Dále pak státní zřízení a státní režim [3].

2.3 Živnost

§ 2 Živnostenského zákona vymezuje pozitivně, co je to živnost: soustavná činnost, vykonávaná samostatně, pod vlastním jménem, za účelem dosažení zisku a za podmínek, které stanoví živnostenský zákon.

§ 3 Živnostenského zákona vymezuje negativně, co živnost není:

- činnost, která je výhradně vymezena státem nebo určené PO;
- činností není podnikání dle zvláštních zákonů (např. lékař);
- provozování soudních exekutorů;
- znalec nebo tlumočník;
- daňový poradce;
- veterinární lékař;
- psycholog;
- logoped;
- penzijní pojištění;
- činnost bank [8].

Druhy živností

a) Ohlašovací:

- řemeslná: př. zámečnictví, kovářství, fotografické služby, hostinská činnost; je k nim potřeba odborná způsobilost – doložena listinou

o dosaženém vzdělání, délka předepsané praxe, upraveno v 1. příloze ŽZ;

- vázaná: např. montáž, revize, opravy, zkoušky elektrického zařízení, automatizované zpracování daně, vyučování v oboru cizích jazyků, umění, vodní záchranná služba; potřeba odborné způsobilosti, uvedeno v 2. příloze Živnostenského zákona;
- volná: nejsou upraveny v žádné příloze – jsou upraveny jen všeobecné podmínky; např. obchodní činnost, koupě a prodej zboží, nejčastější.

b) Koncesované:

uvedeny ve 3. příloze, např. provozování cestovních kanceláří, taxislužba, soukromá očka, oceňování nemovitostí, výroba tepelné energie, agentury zajišťující ochranu vydání koncesní listiny je složitější, protože je většinou potřeba vyslovení souhlasu nějakých státních orgánů, podmínky jsou přísnější, i po splnění mu nemusí být listina vydána.

Podmínky k provozování živnosti

a) Podmínky všeobecné (absolutní):

- způsobilost k PÚ;
- bezúhonnost: vymezeno negativně, osoba není bezúhonná, pokud byla pravomocně odsouzena za:

- spáchání úmyslného trestného činu k nepodmíněnému trestu odnětí svobody 1 rok;

- neúmyslný trestný čin, kdy skutková podstata souvisí s podnikáním;

- u PO, pokud chce podnikat, odpovědní zástupci PO, že musí splňovat všechny všeobecné podmínky;
- zahraniční osoba musí mít povolení k trvalému pobytu a potvrzení o bezdlužnosti, které dokládá odpovídajícími doklady stát, kde se osoba dlouhodobě zdržovala, a to zpětně 3 roky (datum vystavení dokladů nesmí být starší než 3 měsíce).

b) Zvláštní podmínky (relativní):

- odborná nebo jiná způsobilost, pokud to živnostenský zákon nebo zvláštní předpisy vyžadují (např. výuční list);

- vyžaduje živnost, která je provozována průmyslovým způsobem (např. tvoří zvláštní skupinu živností, která v rámci jednoho pracovního postupu zahrnuje více dílčích činností, které sami o sobě naplňují znaky živností).

Všeobecné podmínky musí splnit každý, bez jejich splnění nemůže být živnost založena, zvláštní se vyžadují jen tam, kde jsou předepsané.

2.4 Právnícká osoba

Jedná organizace a společnosti, které musí mít způsobilost k právním úkonům, vztahům a povinnostem.

- PO korporálního typu: obchodní společnosti – v. o. s., s. r. o., a. s., k. s., politické strany, církve, zájmové sdružení. V korporacích se sdružují PO nebo FO a realizují určitou společnou činnost.
- Společnost nadačního / fondového typu: podstatou je, že jsou založeny k vyčlenění určitého majetku a tento majetek slouží k přesně vymezenému cíli.
- Jednotky územní samosprávy: obce.
- Jiné subjekty, o kterých to stanoví zákon: rozpočtové a příspěvkové organizace, ostatní neziskové organizace.

Založení PO:

PO se vždy zakládá smlouvou, zakládací listinou nebo dohodou.

Vznik PO:

Právnícká osoba vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku.

Neziskové organizace, ty nejsou v OR - přihlašují se na MVČR (Těl. jednoty apod.). Když PO či společnost vznikne má právní způsobilost.

Zrušení PO:

Výmazem z obchodního rejstříku.

Tabulka č. 1: Následné kroky po zápisu právnické osoby do obchodního rejstříku.

Ve vztahu k:	Akce:
Živnostenskému úřadu	Oznámení identifikačního čísla, získání živnostenských listů (ohlášení živnosti, žádost o koncesi)
Finančnímu úřadu	<p>Přihláška k registraci:</p> <ul style="list-style-type: none"> - k dani z příjmů PO - k DPH - k dani z nemovitosti - k silniční dani - k dani ze závislé činnosti - k dani vybírané srážkou <p>Oznámení ostatních údajů:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sídla - provozovny - statutářů - číslo bankovního účtu <p>ostatní dle formuláře</p>
České správě sociálního zabezpečení	Oznámení o zaměstnancích, přihláška zaměstnanců k důchodovému a nemocenskému pojištění (a zdravotnímu pojištění - na zdravotní pojišťovně)

- FO i PO musí oznamovat změny svých údajů
- Při zřízení provozovny musí oznámit místo provozovny, včas nahlásit zahájení a případné ukončení činnosti provozovny, zajistit způsobilost provozovny, provozovnu řádně označit, stanovit odpovědnou osobu, úřední hodiny, zajistit k dispozici veškeré doklady prokazující způsob nabytí zboží, materiálu, vést spisovnu (archivace)
- Zaměstnavatel má povinnost nahlásit zaměstnané osoby na okresní správu sociálního zabezpečení a na zdravotní pojišťovnu včetně zajištění úrazového pojištění zaměstnanců [10].

2.5 Obchodní společnosti

Jsou upraveny v Obchodním zákoníku, taxativně vymezeny – jiné spol. nemůžou být zřízeny.

Nejčastější formu podnikání představuje podnikání prostřednictvím obchodních společností:

- společnost s ručením omezeným;
- akciová společnost;
- komanditní společnost;
- veřejná obchodní společnost.

Podle způsobu ručení společníků společnosti rozlišujeme obchodní společnosti:

- Osobní- v případě osobních obchodních společností ručí buď všichni, nebo někteří společníci za závazky společnosti celým svým majetkem. Na druhou stranu se společníci přímo podílejí na řízení společnosti. Příkladem osobní obchodní společnosti je veřejná obchodní společnost.
- Kapitálové- obecně platí, že v kapitálových obchodních společnostech společník neručí za závazky za trvání společnosti vůbec, nebo je jejich ručení určitým způsobem omezeno (například ručí za závazky společnosti do výše nesplaceného vkladu základního kapitálu). Společníci neručí za závazky společnosti, je-li splacení vkladů do obchodního rejstříku zapsáno. Příkladem kapitálové společnosti je společnost s ručením omezeným či akciová společnost.
- Smíšené- Komanditní společnost je považována za typ smíšené společnosti, kde jeden nebo více společníků ručí za závazky celým svým majetkem (komplementáři) a jeden nebo více společníků ručí za závazky společnosti do výše svého nesplaceného vkladu (komanditisté). V případě komanditní společnosti se tak kombinují prvky jak osobního ručení některých společníků za závazky společnosti, tak ručení některých společníků jen do výše svého nesplaceného podílu na základním kapitálu, a pokud je splacen, pak za závazky společnosti neručí vůbec [5].

2.5.1 Porovnání obchodních společností

Tabulka č. 2: Porovnání obchodních společností [5].

	Společnost s ručením omezeným	Akciová společnost	Komanditní společnost	Veřejná obchodní společnost
Základní kapitál	Min. 200 000 Kč.	<ul style="list-style-type: none"> • Min. 2 000 000 Kč bez veřejné nabídky akcií. • Min. 20 000 000 Kč s veřejnou nabídkou akcií. 	Výše stanovena společenskou smlouvou, minimálně 5 000 Kč.	Povinně nezřizuje.
Ručení společníků za závazky společnosti	Společně a nerozdílně do výše souhrnu nesplacených vkladů všech společníků podle zápisu v obchodním rejstříku.	Společníci za závazky společnosti neručí.	<ul style="list-style-type: none"> • Komanditisté ručí za závazky společnosti do výše svého nesplaceného vkladu zapsaného v obchodním rejstříku. • Komplementáři celým svým majetkem. 	Společníci ručí za závazky společnosti společně a nerozdílně celým svým majetkem.
Jednočlenná / vícečlenná	Může být jednočlenná, maximálně 50 členů.	Může být jednočlenná, maximální počet členů neomezen.	Alespoň 1 komanditista a alespoň 1 komplementář.	Alespoň 2 společníci.
Zakládací dokument formou notářské zápisu	Ano.	Ano.	Ne.	Ne.
Zřízení	Ano, pokud je	Ano, povinně.	Ne.	Ne.

	Společnost s ručením omezeným	Akciová společnost	Komanditní společnost	Veřejná obchodní společnost
dozorčí rady	stanoveno ve společenské smlouvě nebo stanoví-li to zákon.			

Tabulka č. 3: Výhody společnosti s.r.o. oproti OSVČ [16].

Fyzická osoba OSVČ	Právnícká osoba společnost s r.o.
OSVČ ručí celým svým majetkem.	Společníci ručí do výše základního kapitálu.
Fyzická osoba budí pochybnosti o zastupitelnosti a schopnosti plnění závazků v případě problémů.	Právnícká osoba působí důvěryhodně a seriózně.
Veškerá renomé a reference z podnikání fyzické osoby padají ukončením jejího aktivního pracovního života.	Společnost s r.o. s každým rokem své existence buduje obchodní jméno a historii firmy, čímž zvyšuje svůj kredit.
OSVČ musí platit nejen daň z příjmů, ale také sociální a zdravotní pojištění, na druhé straně může uplatnit výdaje paušálem.	Právnícká osoba platí pouze daň z příjmů (20 % v roce 2009) a srážkovou daň z nerozděleného zisku předchozích let v případě rozdělení mezi společníky (15 %) a celkově má výrazně lepší možnosti optimalizace daní. (výhoda pouze při hodně velkém zisku)
OSVČ musí podnikat pod svým jménem a příjmením, ke kterému může přidat odlišující dodatek.	Společnost s r.o. podniká pod libovolným názvem, který si zvolí při založení, což je důležité při propagaci

	společnosti.
Některé společnosti se vyhýbají nákupu služeb od OSVČ, aby se vyhnuly obvinění ze švarc systému.	Společnosti a státní úřady často ve výběrových řízeních podmiňují účast právní formou s.r.o. nebo a.s.
OSVČ je v praxi vždy pouze společností o jednom člověku.	Společnost s r.o. může expandovat navýšením vkladů, přistoupením nových společníků, navyšováním základního jmění, prováděním fúze (sloučení) s PO se stejným zaměřením
OSVČ nemůže účinně delegovat řízení podnikání na jinou osobu (spolupracující osoba- člen rodiny, vytváření sdružení s jinou FO - velmi složitá evidence).	Řízení společnosti s r.o. je možné předat jednateli nebo dalším společníkům.
FO může zvyšovat cenu své práce, ale nebuduje žádnou hodnotu, kterou by bylo možné jednoduše převést na jinou osobu.	Hodnota společnosti s r.o. se v čase zvyšuje, je možné ji prodat nebo předat potomkům.

Nevýhody společnosti s.r.o.

- Administrativně a finančně náročnější založení společnosti.
- Nutný zápis do obchodního rejstříku.
- Musí se vést účetnictví.
- Nutnost složit minimální výši vkladu do společnosti.
- „Dvojité zdanění“- zisk společnosti je zdaněn daní z příjmů právnických osob a vyplácené podíly společníků jsou následně zdaněny srážkovou daní [13].

2.5.2 Založení a vznik společnosti s ručením omezeným

Tabulka č. 4: Založení a vznik s.r.o. [8].

Základní charakteristika společnosti s ručením omezeným (s.r.o.)	
Nejnižší počet zakladatelů	1 fyzická nebo 1 právnická osoba
Nejvyšší počet společníků	50
Minimální výše základního kapitálu	200 000 Kč
Nejnižší možný vklad	20 000 Kč
Nejvyšší možný vklad	neomezen
Rozsah splacení vkladu při vzniku	30% z každého vkladu celkem nejméně 100 000 Kč
Doba splacení vkladu	nejvýše do 5 let od vzniku
Počet hlasů ke vkladu	na každých 1 000 Kč 1 hlas (může být ve společenské smlouvě určeno i jinak)
Ručení společníka za závazky spol.	společně a nerozdílně do výše nesplacených vkladů všech společníků podle stavu zápisu do OR
Předmět činnosti	podnikání, lze založit i za jiným účelem
Orgány společnosti	valná hromada, statutární orgán – jednatelé, dozorčí rada (nepovinná), další dle společenské smlouvy
Zakladatelský dokument	společenská smlouva nebo zakladatelská listina ve formě notářského zápisu
Povinnost a výše rezerv	vytváří se rezervní fond ze zisku, výše podle společenské smlouvy – nejméně však 10 % zisku

2.5.3 Zrušení a zánik podniku

a) Zrušení podniku: zrušení podniku může být dobrovolné (rozhodnutí vlastníka) nebo nedobrovolné (rozhodnutí soudu).

- S likvidací- pokud likvidační hodnota převyšuje hodnotu podniku

při provozování; při předlužení – konkurz, nucené vyrovnání, vyrovnání mimo konkurz, návrh na vyrovnání.

- Bez likvidace – sloučení, splynutí, rozdělení, přeměna v jinou právní formu.

b) Zánik podniku: výmaz z obchodního rejstříku.

2.6 Obchodní firma

Nelze zaměňovat s podnikem, pod tímto pojmem se rozumí název, pod kterým podnikatel činí právní úkony při své podnikatelské činnosti.

Má mimořádnou důležitost, protože pod obchodní firmou vystupuje podnikatel v obchodních nebo právních vztazích, název, pod kterým je zapsán v Obchodním rejstříku.

Podnikatelé, kteří nejsou zapsáni do Obchodního rejstříku, tak se na ně nevztahuje ustanovení o obchodní firmě.

Ti, co nejsou zapsáni vystupují jako:

- fyzická osoba- v právních vztazích vystupuje svým jménem a příjmením;
- právnická osoba- v právních vztazích vystupuje pod svým jménem.

3 Marketingová situační analýza

Stanovení cílů firmy a vhodný výběr strategií vedoucích k naplnění cílů, misí i vizí by mělo být podloženo vypracováním situační analýzy. Ta je prvním krokem marketingového strategického řízení, konkrétně jeho etapy plánování. Její podstatou je identifikace, analýza a ohodnocení všech relevantních faktorů, o nichž lze předpokládat, že budou mít vliv na konečnou volbu cílů a strategií firmy.

3.1 Situační analýza

Situační analýza je všeobecná metoda zkoumání jednotlivých složek a vlastností vnějšího prostředí (makroprostředí a mikroprostředí), ve kterém firma podniká, případně které na ni nějakým způsobem působí, ovlivňuje její činnost, a zkoumání vnitřního prostředí firmy (kvalita managementu a zaměstnanců, strategie firmy, finanční situace, vybavenost, historie, umístění, organizační kultura, image apod.), její schopnosti výroby

tvorit, vyvíjet a inovovat, produkovat je, prodávat, financovat programy.

Smyslem provádění situační analýzy je nalezení správného poměru mezi příležitostmi, jež přicházejí v úvahu ve vnějším prostředí a jsou výhodné pro firmu, a mezi schopnostmi a zdroji firmy [3].

3.2 Strategická situační analýza

Jedná se o komplexní přístup k zachycení podstatných faktorů ovlivňujících činnost firmy ve vzájemných souvislostech, jehož výsledky jsou podkladem pro tvorbu návrhů možných strategií budoucího chování firmy. Význam strategické situační analýzy roste se zvyšující se neurčitostí, resp. nestabilitou a složitostí prostředí. Musí proto poskytovat všechny podstatné, relevantní informace ovlivňující fungování podniku. Důkladně provedená strategická analýza je předpokladem kvality celého strategického procesu.

Budou-li totiž její závěry povrchní, nepřesné či jinak zkreslené, budou přijatá strategická opatření orientována jiným směrem, než by bylo žádoucí [11].

3.3 Marketingová situační analýza

Zkoumá prostředí firmy, segmenty trhu, konkurenci, odhad budoucí poptávky a prodeje. Marketingová situační analýza směřuje k volbě cílových trhů a k nalezení reálných a současně náročných marketingových cílů a strategií podniku pro jednotlivé trhy včetně strategií jednotlivých prvků marketingového mixu. Je prvním krokem přípravy strategického marketingového plánu. Marketingoví manažeři zpracovávají situační analýzu, aby získali informace potřebné pro navržení nových strategií nebo ke změně existující strategie [3].

3.4 SWOT ANALÝZA

Strengths- Weaknesses-Opportunities-Threats- analyzuje silné, slabé stránky, příležitosti a hrozby podniku. Pomocí ní se ohodnocuje podnik a je velmi užitečným, pohotovým a snadno použitelným nástrojem. Sestavení SWOT analýzy pomáhá situační analýza. Výsledkem je poznání výhod a nevýhod organizace oproti konkurenci.

Tato analýza byla vyvinuta Albertem Humphreym, který vedl v 60. a 70. letech výzkumný projekt na Stanfordově univerzitě [7].

4 Outdoor

Outdoor a aktivní životní styl se staly téměř synonymem moderní životosprávy. Pasivně trávené dovolené střídá stále více rozvoj sportů všeho druhu a trend trávení volného času míří trvale zcela jednoznačně mimo pracovní a rezidenční prostor.

Outdoor, původně anglické slovo, které už zdomácnělo v němčině i řadě dalších jazyků, je to vše, co je „za dveřmi“ (z anglického „out“ - mimo, za a „door“ - dveře). Jedná se tedy o pohyb v přírodě, o útěk z běžného života pryč od hlučné civilizace. Zpět do minulosti, „divokého západu“ a k představám o dávném dobrodružství.

Typické pro tyto programy je atmosféra nevšednosti, napětí, spolupráce, očekávání nových zážitků, vše navíc spojené s více či méně náročnými sportovními aktivitami, které kombinují zkušenosti lektorů z oblasti psychologie, rozvoje osobnosti a rozvoje lidských zdrojů se zkušenostmi lidí z různých sportovních oblastí.

Outdoor je chápán i jako segment trhu, dalo by se říct, že termín outdoor byl využit jako označení (a obsah) módního trendu, kterým se prodejci oblečení a výrobků pro volný čas snaží zachytit zejména mladší segment zákazníků a zákazníky ze střední a vyšší servisní třídy obyvatelstva, kteří jsou schopni kupovat drahé a módní zboží [7].

4.1 Cíle programů

- Posilování vnitřní soudržnosti týmu a jeho schopnosti společně dosahovat vytčených cílů za co nejvyššího využití potenciálu jednotlivých členů a spolupráce.
- Řízení v „zátěžových“ situacích - je třeba hledat nové efektivní způsoby spolupráce, dochází k prolamování bariér, vytváření nových vzorců.
- Seberozvoj- intenzivní zážitky spojené s outdoorovými aktivitami a doprovodným programem umožňují účastníkům přinést si z programu nejen nové postupy v oblasti komunikace a týmové spolupráce, ale také možnosti jak lépe zacházet se svými cíly a dovednostmi [9].

4.2 Podoby outdoorového tréninku

Outdoorový trénink může mít různou podobu, nejčastěji se jedná o tyto tři typy:

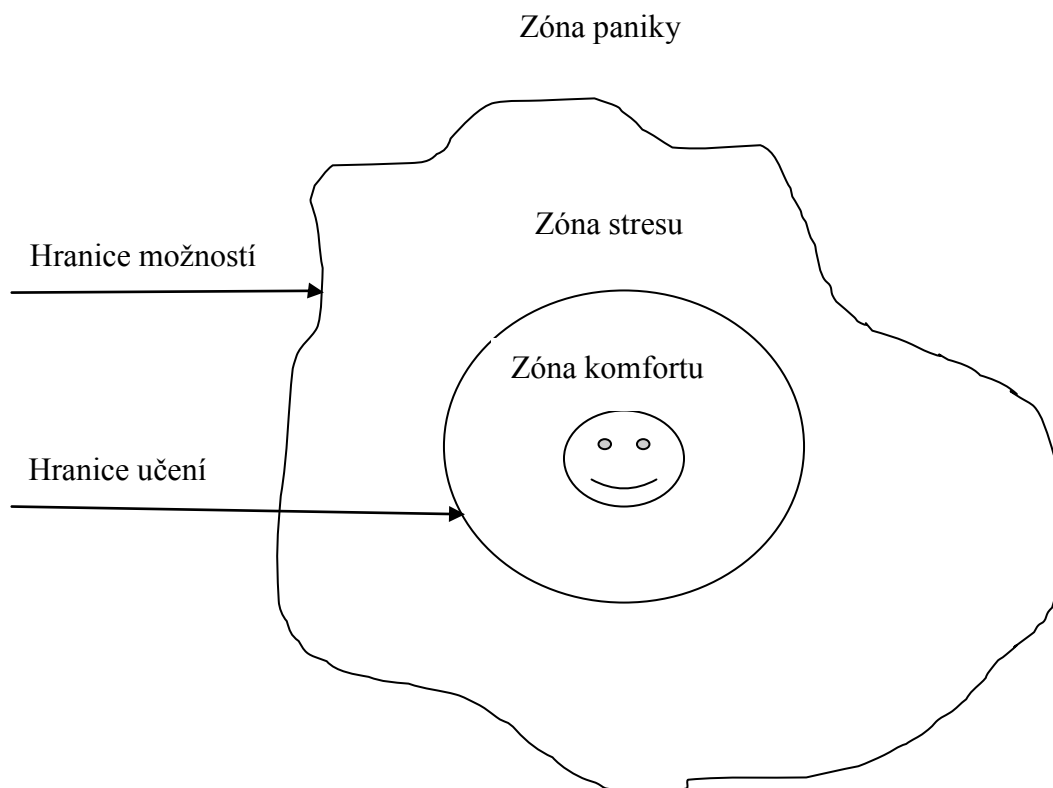
- tréninku sociálních, relaxačních popř. dalších psychologických dovedností v příjemném přírodním prostředí- umožňuje silnější působení na účastníka a tím vede k většímu osvojení daných dovedností – v tomto smyslu outdoor v podstatě splývá s „školením v psychosociálních dovednostech v přírodě“;
- zážitkového celku sportovních, kulturních aktivit a her, které dohromady vytvářejí požadovaný efekt – zde můžeme mluvit např. o „hraní rolových her v reálném prostoru“;
- extrémní sporty - v extrémní podobě se můžeme setkat s výraznou převahou fyzické aktivity v očekávání pozitivního efektu fenoménu „sáhnutí si na dno svých sil“, kdy extrémní situace vede k silným zážitkům.

4.3 Psychická pohoda

Mnohé z aktivit cíleně vytváří tlak na psychickou stránku člověka. O to důležitější je, aby organizátor a instruktor dbali na meze růstu a při zachování principů zážitkového vzdělávání ctili křehkost lidské psychiky a nedotknutelné právo každého účastníka na odmítnutí účasti na dané aktivitě, popřípadě přerušení jeho účasti na programu.

Postata psychické bezpečnosti aktivity spočívá v adekvátním uchopení osobnostních hranic účastníka a práce s nimi [12].

Osobnost a její hranice:



Obrázek č. 1: Osobnost a její hranice [12].

- Zóna komfortu – stav, v němž se jednatel cítí pohodlně, bezpečně a jistě.
- Zóna stresu – pozitivní: jednatel zkušenost v zóně stresu zpracovat a přijal natolik, že se pro něj stala ziskem a naučila ho něčemu novému, co dovede v životě dále používat;
negativní: jednatel se v této zóně setkal se situací, kterou nezvládl a která v něm naopak posílila a upevnila obranný komplex.
- Zóna paniky – svět za hranicemi individuálních možností, ve kterém se ocitá jedinec zpravidla zcela náhodou a nedobrovolně. Odtud se zdravá osobnost snaží dostat co nejrychleji zpět.

4.4 Bezpečnost

V rámci outdoorových programů se musí dbát především na bezpečnost. Úraz je krajním vyústěním situací, ale může prakticky potkat kohokoliv a kdykoliv. Úrazem účastníka se rozumí, úraz, který se stal při aktivitě nebo s ní související činnosti, za který nese odpovědnost organizátor akce a instruktor dané aktivity.

Základní pravidla bezpečnosti:

- Předcházení rizikům – organizátor i instruktor přijímají na základě vyhledávání, posuzování a zhodnocení rizik spojených s činnostmi a prostředím opatření k prevenci, přihlíží k věku účastníků, jejich schopnostem, fyzické a duševní vyspělosti a v neposlední řadě k jejich zdravotnímu stavu.
- Poučení účastníků – seznámení účastníků s možným ohrožením zdraví a bezpečnosti při všech činnostech, seznámení s konkrétními pokyny, právními a ostatními předpisy k zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví.
- Instruktorový dozor – instruktoři jsou povinni vykonávat z hlediska bezpečnosti nad účastníky dozor a to především nad nezletilými.
- Povinnosti účastníka – dodržování řádů, předpisů a pokynů instruktorů k ochraně zdraví a bezpečnosti, s nimiž byli seznámeni.
- Zdravotní předpoklady – zdravotní způsobilost, kterou posuzuje praktický lékař a vydává posudek o způsobilosti.
- Osobní ochranné prostředky – poskytují se, pokud to vyžaduje ochrana života a zdraví, instruktor zodpovídá i za použitelný stav ochranných prostředků a kontroluje jejich užívání.
- Zdravotní péče a první pomoc – instruktoři zajišťují, aby byly vytvořeny podmínky pro včasné poskytnutí první pomoci a lékařského ošetření při úrazech a náhlých onemocněních.
- Vhodný oděv a obuv – účastníci mají vhodný sportovní oděv a obuv v řádném a použitelném stavu.
- Pohyb v terénu – terén a překážky úměrné věku účastníků, klimatickým podmínkám, rozumovému a fyzickému vývoji s přihlédnutím ke kvalitě výstroje účastníků.
- Zásada přiměřenosti – vše s mírou [15].

5 Teambuilding

Teambuilding je jedním z ideálních nástrojů ke zlepšení vztahů na pracovišti, uvědomění si rolí v týmu, zefektivnění komunikace a celého pracovního procesu. Anglický výraz skládající se ze slov „team“ = tým a „building“ = budování, spojení těchto slov tvoří dohromady rozvoj týmu, stmelování kolektivu nebo budování týmové spolupráce a to prostřednictvím teambuildingových aktivit, které jsou zaměřeny na spolupráci při hledání a řešení úkolů a v neposlední řadě podporu ve vypjatých situacích.

Celková teambuildingová aktivita by měla stát na třech pilířích a to zážitek, zpětná vazba a nová zkušenost. Každý teambuildingový kurz by měl být zhodnocen (splnění cíle, organizace a zajištění kurzu, naplnění plánu akce, hodnocení účastníků lektory a hodnocení skupiny i jednotlivců)

Smyslem teambuildingových aktivit je dosáhnout cíleného rozvoje skupiny i jednotlivců. Toho se dosahuje prostřednictvím reálných i simulovaných situací, které skýtají množství emočních i racionálních podnětů pro následné zpracování.

Teambuildingový program může mít i nějaký tématický námět (např.: cesta do pravěku).

5.1 Podstata teambuildingu

Teambuilding je vhodný pro nové týmy, pro týmy usilující o svůj rozvoj, pro stagnující skupiny ale i pro zaběhlé týmy před novým začátkem (např.: realizace nového projektu).

Vedení firmy by si mělo odpovědět na otázky, zda se očekává od kurzu změna, zda ji očekávají pracovníci, zda je kurz řešením problému či prevencí, aby problémy nenastaly, a jaká je situace ve skupině z hlediska výkonnosti, vztahů, motivace, odpovědnosti, dodržování pravidel.

Velikost skupiny by měla být okolo 8-13 osob, je limitována především možností zpětné vazby a jednotlivých aktivit. Pokud je skupina větší, pak by se mělo pracovat raději v menších skupinkách blížících se ideálnímu počtu.

Každou skupinu by měl doprovázet po celou dobu jeden kvalifikovaný instruktor [17].

5.2 Přínosy teambuildingu

- Rozvíjení tvůrčích postupů.
- Aktivní jednání.
- Lepší vytváření neformálních vztahů.
- Pohyb v novém (přírodním) prostředí.
- Intenzivní učení z prožitků namísto pouhého shromažďování informací.
- Rozpoznání silných a slabých stránek jednotlivců i týmu.
- Zjištění vlastní pozice v týmu a případných možností, jak ji zlepšit.
- Začlenění samotářských spolupracovníků do kolektivu.
- Vytvoření týmové atmosféry ve firmě.
- Sjednocení vnímání firmy a její strategie.
- Zlepšení komunikace a vzájemných vztahů.
- Motivace zaměstnanců a zlepšení pracovního prostředí.
- Zvýšení produktivity týmu a efektivní spolupráce.
- Týmovou komunikaci.
- Vznik nových a prohloubení stávajících sociálních vazeb.
- Synchronizaci a kooperaci členů týmu.
- Posílení týmové a organizační identity.
- Efektivní rozdělování týmových rolí.
- Posílení vzájemné důvěry.
- Rozvoj schopnosti optimální práce s časem [6].

5.3 Typy teambuildingových aktivit a programů

- Komunikační programy s logickými týmovými úkoly - aktivity založené na kooperaci (hlavolamy, rébusy, společenské hádanky, bludiště).
- Kreativní programy a konstrukční skupinové úkoly (keramická dílna, sochařství).
- Terénní strategické týmové hry - kolektivní bojové hry (paintball).
- Sportovní turnaje a kolektivní hry (bowlingové turnaje, golfové turnaje).
- Tématické programy - týmové hry podle příběhu, filmu nebo legendy.
- Výukové hry – (finanční hra CASHFLOW) [14].

Teambuildingové aktivity

- Běžné i neobvyklé sporty- jízda na koni, rodeo na elektronickém býku, fotbal s obřím míčem, fresbee, míčové hry, golf, kiting.
- Indoorové sporty- bowling, kuželky, halový fotbal, šipky, kulečníky.
- Outdoorové sporty- horolezecký výcvik, lezení po skalách a umělých stěnách, slaňování, horská kola, cyklistické projížďky.
- Adrenalinové sporty- bungee running, bungee dumping, bungee trampolíny, katapultám, lanová centra zorbing.
- Zimní sporty a aktivity- lyžování, snowboarding, curling, túry na sněžnicích, jízda na sněžných skútrech, jízda se psím spřežením.
- Střelecké sporty- lukostřelba, střelba z kuše, střelba z ostrých zbraní, laserová střelnice paintball.
- Motoristické sporty- off-road, auta buggy, jízda na čtyřkolkách, minibike, motokáry.
- Letecké sporty- paragliding, parašutistický výcvik, tandemové seskoky padákem, lety balónem, vyhlídkové lety.
- Vodní sporty- rafting, kanoing, sea kajaky, vodní lyže, vodní skútry, potápění.
- Stolní naučné hry – MONOPOLY.

6 Podstata podnikání

Založení podniku specializujícího se na outdoorové a teambuildingové aktivity. Podnik bude v rozsahu malého a středního podnikání. Společnost bude založena dvěma společníky, forma podniku bude společnost s ručením omezeným. Podnik bude nabízet pouze níže zmiňované aktivity, ale bude se snažit proniknout i do sportovního marketingu.

Společnost si ke dni registrace na finančním úřadě požádá i o registraci k DPH a to z těchto důvodů:

- Předpokládá, že odběratelé jejich služeb budou hlavně plátcí DPH a obrat 1 000 000 Kč bude překročen po čtyřech měsících podnikání.
- Sportovní činnost je na výstupu fakturována se sníženou sazbou DPH.
- Využití odpočtu DPH při nákupu vybavení.

6.1 Cíle podniku

Hlavním cílem podniku v jeho začátku je proniknutí na trh a získání určitého segmentu zákazníků. Cílovým trhem v prvním roce budou liberecké cestovní kanceláře, školy a firmy a to jak v průmyslové zóně, tak firmy menšího charakteru. V počátku bude firma spoléhat pouze na své dva zakladatele a jednoho zaměstnance, kteří budou dělat veškerou práci. Postupem času a získáváním nových zákazníků, tím i většího počtu zakázek, se začne tvořit produkční tým.

Krátkodobé (do 1 roku)

- Pokrýt finanční náklady vynaložené na založení podniku.
- Vybudování stálé klientely.
- Dostat se do podvědomí veřejnosti.

Střednědobé (2-3 roky)

- Vytvoření kvalitního pracovního týmu.
- Nábor zaměstnanců.
- Upevnění jména na trhu.

- Rozšíření nabízených služeb.
- Získání nových zákazníků.

Dlouhodobé (4-5 let)

- Vznik poboček mimo Liberec.
- Pořízení inventáře- např.: promítací plátno, horolezecké vybavení.

Obecně lze charakterizovat dobře zaměřený obsah cílů zkratkou SMART:

S – cíle musí být specifické,

M – cíle musí být měřitelné,

A – cíle musí být akceptovatelné rozhodujícími zájmovými skupinami,

R – cíle musí být realizovatelné silami organizace za stanovených podmínek,

T – cíle musí být termínované, tj. časově určené limity dosažení [4].

6.2 Předmět podnikání

Dle živnostenského zákon č.: 455/1991 Sb. v pozdějším znění.

Příloha 4

Živnost volná

Předmět podnikání: Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona

- Zprostředkování obchodu a služeb.
- Pronájem a půjčování věcí movitých.
- Reklamní činnost, marketing, mediální zastoupení.
- Provozování kulturních, kulturně-vzdělávacích a zábavních zařízení, pořádání kulturních produkcí, zábav, výstav, veletrhů, přehlídek, prodejních a obdobných akcí.
- Provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a organizování sportovní činnosti.
- Výroba, obchod a služby jinde nezařazené.
- Mimoškolní výchova a vzdělávání, pořádání kurzů, školení, včetně lektorské činnosti.
- Provozování cestovní agentury a průvodcovská činnost v oblasti cestovního ruchu.

7 SWOT analýza

Silné stránky podniku:

- vzdělání v oboru obou společníků;
- dobrá dostupnost do Prahy;
- horské prostředí Liberce;
- Babylon- největší kongresové centrum v Evropě;
- individuální přístup ke klientovi;
- flexibilní jednání;
- mladý kolektiv.

Slabé stránky podniku:

- nezkušenost společníků v podnikání;
- malé povědomí u potencionálních klientů;
- vysoká konkurence v oboru.

Příležitosti:

- pobočky i mimo Liberec;
- otevření trhu EU;
- možnost rozšíření o další služby;
- spolupráce se studenty SPMG.

Hrozby:

- neprosazení se mezi konkurenci;
- hrozba zranění účastníka programů;
- změna legislativy a daňových předpisů;
- nedostatečný zájem zákazníků.

Analýza ukazuje, že podnik má dost silných stránek pro jeho vznik, ale zároveň dost podstatné slabé stránky a hrozby. Myslím si, že velkou výhodou je znalost společníků v oboru, ale proti tomu „stojí“ nezkušenost v podnikání. Stejně tak jako velmi výhodné prostředí Liberce, ale zároveň konkurenční firmy v severních Čechách.

V praxi bych společnost zaměřila především na jiný segment zákazníků než veškeré konkurenční firmy a využila především kreativity a flexibility čerstvě vystudovaných společníků. V začátku by měla firma jako největší zřetel brát propagaci a to tak, aby všichni potenciální klienti věděli o nově vznikající firmě.

8 Marketingový mix 4P

8.1 Produkt/ služba

Firma bude zpočátku nabízet aktivity rozdělené na pouze sportovní a na aktivity adrenalinové, které se budou moci jakkoliv kombinovat a „vkládat“ do tematických programů (např. Země vycházejícího slunce) dle kreativity pracovníků. Zákazníky budou jak samotné podniky, ale tak i cestovní kanceláře a školy.

Outdoorové a teambuildingové programy budou sestavovány přesně dle domluvených přání zákazníků a návrh i s předpokládaným rozpočtem bude zhotoven vždy do 2 dnů od potvrzení všech klientových požadavků.

Při průzkumu trhu bylo zjištěno, že všechny firmy podobného charakteru v libereckém kraji se specializují pouze na samostatné podniky. Proto se nově zakládající firma bude snažit zaujmout speciálními nabídkami pro firmy, ale hlavně se zaměřit na cestovní kanceláře a školy, kterým bude nabízet své služby.

Během dalších dvou let se bude podnik snažit rozvíjet své aktivity čím dál tím více rozšiřovat a nabízet i aktivity spojené s pobytem v zahraničí.

Nabízené služby:

Sportovní aktivity:

- sjezdové lyžování;
- snowboarding;
- skialpyning;
- vodní lyžování;
- potápění;
- kajaky;

- in-line brusle;
- tenis;
- golf;
- míčové hry;
- cykloturistika;
- praky;
- lukostřelba.

Adrenalinové aktivity:

- motokáry;
- čtyřkolky;
- horolezectví;
- zorbing;
- bungee jumping;
- tandemové skoky;
- vyhlídkové lety;
- lety balónem;
- paintball.

8.2 Cena

Tvorba cen služeb je jeden z nejdůležitějších procesů při založení firmy, kdy hlavním cílem je dosáhnout zisku, ale zároveň mít cenově výhodnější nabídky nežli konkurence.

Finanční podmínky

Zálohová platba ve výši 50 % před akcí, částka bude splatná na základě došlé faktury daného dne a to na bankovní účet firmy.

Vyúčtování bude provedeno neprodleně po akci, a to ve formě oboustranně odsouhlaseného protokolu s tím, že objednatelem odsouhlasená částka bude splatná na základě daňového dokladu se splatností 28 dnů od obdržení faktury.

Při nedodržení platebních podmínek dle uzavřené smlouvy, sjednají strany smluvní pokutu k tíži objednavatele ve výši 0,05 % denně z výše dlužné platby, se kterou je objednavatel v prodlení.

Cena bude vypočítávána formou provize z rozpočtu jednotlivých akcí.

Provize z rozpočtu jednotlivé akce pro firmy:

- akce do 100 000 Kč 15%;
- akce do 500 000 Kč 10%;
- akce nad 500 000 Kč 8%;
- akce nad 1 000 000 Kč řešeno smluvně.

Provize z rozpočtu jednotlivé akce pro cestovní kanceláře:

- akce do 50 000 Kč 15%;
- akce do 100 000 Kč 13%;
- akce do 500 000 Kč 10%;
- akce nad 500 000 Kč 8%;
- akce nad 1 000 000 Kč řešeno smluvně.

Provize z rozpočtu jednotlivé akce pro školy:

- akce do 20 000 Kč 12%;
- akce do 50 000 Kč 10%;
- akce do 100 000 Kč 8%;
- akce nad 100 000 Kč řešeno smluvně.

8.3 Distribuce

Model prodeje služeb bude přímý a to rovnou od jednatelů a zaměstnanců firmy přímo ke konečnému zákazníkovi.

Firma zatím nebude mít své zboží (čtyřkolky, rafty apod.), které bude používáno při akcích, tudíž bude mít podepsané smlouvy s vlastníky těchto aktivit a ti je budou firmě dodávat.

Dodavatel → firma → zákazník.

Jednotlivé nabídky budou zpracovávat zaměstnanci společně s jednatelem. Nabídku zpracované akce budou pro školy předkládat zaměstnanci se souhlasem jednatele a pro cestovní kanceláře a firmy pouze jeden nebo oba jednatele.

8.4 Propagace

Jeden z největších zřetelů bude zaměřen na propagaci celé firmy, tak aby o ní potencionální zákazníci věděli.

Prvním propagačním nástrojem bude reklama formou reklamních letáků, které budou na základě domluvy umístěné v hypermarketech a supermarketech libereckého kraje.

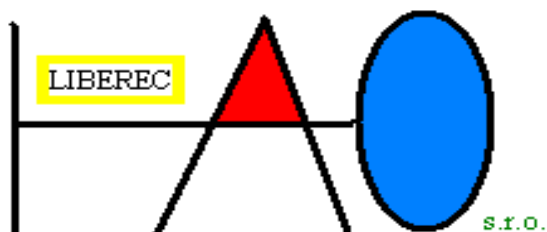
Jako další se použije přímý marketing ve formě poštovního odeslání nabídky společnosti vybraným firmám, cestovním kancelářím a školám.

Poslední formou propagace bude osobní prodej v rámci veletrhu Sport live v Tipsport aréně.

Firma bude mít reklamní panel umístěný na budově Syner group, kde bude mít i své sídlo.

9 Název a logo společnosti

TAO Liberec, s.r.o., teambuildigové a outdoorové aktivity



Obrázek č. 2: Logo společnosti

Celý název podniku vznikl spojením třech klíčových slov:

- T- teambuilding;
- A- aktivity;
- O- outdoor.

Logo propojuje tyto tři pojmy, protože spolu nerozlučně souvisí. Je používáno základních barev. Podnik se bude snažit nabízet co nejpestřejší programy.

Sídlo společnosti

Pronajímatel: Syner group, a. s.

Sídlo společnosti: Tarského 32, 46001 LIBEREC.

10 Volba právní formy

Právní formou podniku bude společnost s ručením omezením, a to hlavně z důvodu působnosti seriózně při výběrových řízení pro teambuildingové programy, a to jak veřejnou správou, kde zejména tuto formu podnikání vyžadují, tak to i soukromými firmami. Ale také z důvodu oddělení soukromého majetku od majetku společnosti.

10.1 Kroky k založení s.r.o.

- Výpis z trestního rejstříku obou jednatelů.
- Doklady z finančních úřadů o nedoplatecích na daní společníků.
- Čestné prohlášení a podpisové vzory budoucích jednatelů.
- Stanovení sídla společnosti.
- Na první valné hromadě se mezi jednatelem dohodne obsah spol. smlouvy, její sepsání a notářské ověření.
- Založení účtu v bance na složení základního kapitálu, banka následně vydá písemné prohlášení o splácení vkladů jednotlivými společníky.
- Ohlášení živnosti na Živnostenském úřadě a požádání o udělení koncese.
- Do 90 dnů od založení podat návrh na zápis do Obchodního rejstříku.
- Do 8 dnů po zápisu spol. do Obchodního rejstříku nutnost zaregistrovat se u správy sociálního zabezpečení a u zdravotní pojišťovny.
- Do 30 dnů registrace spol. na Finanční úřad.

Uzavření a podepsání společenské smlouvy

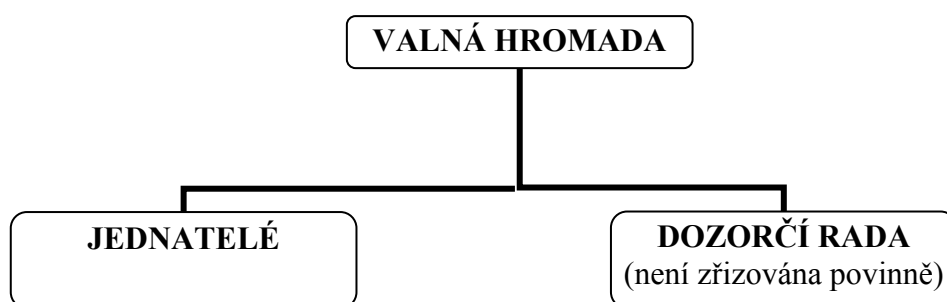
Společnost s ručením omezeným se zakládá podepsáním společenské smlouvy, jestliže je založena dvěma nebo více zakladateli. Zakladateli s.r.o. mohou být jak osoby fyzické, tak osoby právnické, a to jak osoby české nebo zahraniční.

Společenská smlouva s.r.o. musí mít formu notářského zápisu. Nedostatek této předepsané formy způsobuje neplatnost smlouvy.

Společenská smlouva (zakladatelská listina) musí obsahovat minimálně tyto náležitosti:

- firmu a sídlo společnosti;
- určení společníků uvedením firmy nebo názvu a sídla právnické osoby nebo jména a bydliště fyzické osoby;
- předmět podnikání (činnosti);
- výši základního kapitálu a výši vkladu každého společníka včetně způsobu a lhůty splacení vkladu;
- jména a bydliště prvních jednatelů společnosti a způsob, jakým jednají jménem společnosti;
- jména a bydliště členů dozorčí rady, pokud se zřizuje;
- určení správce vkladu;
- jiné údaje, které vyžaduje obchodní zákoník (například údaje o rezervním fondu, a v případě, že je vložen do společnosti při jejím založení nepeněžitý vklad, další obligatorní náležitosti společenské smlouvy je uvedení předmětu nepeněžitého vkladu a částka, kterou se započítává za vklad společníka).

10.2 Orgány společnosti s ručením omezeným



Obrázek č. 3: Orgány společnosti s.r.o. [2]

- Valná hromada

Shromáždění všech společníků, nejvyšší orgán, je schopna usnášení, jsou-li přítomni společníci, kteří mají alespoň polovinu všech hlasů, rozhoduje prostou většinou hlasů přítomných společníků s výjimkou případů, kdy obch. Z. vyžaduje kvalifikovanou většinu, počet hlasů společníka – 1 hlas na 1 000 Kč vkladu

Do její působnosti zejména patří:

- rozhodování o zvýšení nebo snížení základního jmění;
- jmenování a odvolávání jednatelů a členů dozorčí rady;
- schválení roční účetní závěrky;
- schválení rozdělení zisku a úhrady ztrát;
- rozhodnutí o zrušení společnosti, pokud tak stanoví společenská smlouva.

- Jednatelé

Společnost má dva jednatele, jednatel je statutárním orgánem společnosti, omezit jednatelské oprávnění může pouze společenská smlouva nebo valná hromada, toto omezení je vůči třetím osobám neúčinné.

Jednatele jmenuje valná hromada. Jednatelé jsou povinni zajistit vedení předepsané evidence o účetnictví.

- Dozorčí rada

Dohlíží na činnost jednatelů, přezkoumává roční účetní závěrku, podává zprávy valné hromadě. Její ustanovení není povinné.

10.3 Počet zakladatelů

Zakladatelé budou dva a to:

Mgr. Karel Vomáčka, nar. 26. 3. 1970
Vohradská 282/3
46001 LIBEREC

a

Mgr. Jaroslav Přikryl, nar. 12. 6. 1970
Sakranská 21
46015 LIBEREC

Jednatelé společnosti

Právo jednat jménem společnosti budou mít oba společníci a to bezrozdílně. Výjimkou je podepisování faktur a smluv nad 500 000 Kč, kdy musí podepsat vždy oba společníci.

Vklady společníků

Mgr. Karel Vomáčka: 120 000 Kč

Mgr. Jaroslav Přikryl: 120 000 Kč

K pokrytí složení základního kapitálu společnosti budou sloužit hotovostní vklady obou společníků, které budou splaceny dnem založení firmy. Zbývající část vkladů bude sloužit na použití režijních nákladů při vzniku firmy.

Práva a povinnosti společníků

Veškerá práva i povinnosti společníků vyplývají ze zákona nebo ze společenské smlouvy.

Práva společníků

a) Majetková práva:

- na podíl zisku;

- na podíl v likvidačním zůstatku při zrušení spol. s likvidací;
- na vypořádací podíl- pokud účast společníka zaniká jinak než převodem.

b) Práva řídit společnost a jednat jejím jménem navenek:

- přímo jako společník;
- prostřednictvím příslušných orgánů společnosti.

Povinnosti společníků:

a) Majetková práva:

- splácení vkladu- ze zákona nemůže být prominut; možnost domáhat se úroku z prodlení; lhůta splacení stanovena spol. smlouvou;
- úhrada ztráty.

b) Nemajetkové povinnosti:

- ručení;
- zákaz konkurence.

11 Finanční analýza

11.1 Zřizovací náklady

Jedná se o souhrn výdajů vynaložených na založení účetní jednotky do okamžiku, tedy zápisu do obchodního rejstříku, a to do výše ocenění stanovené účetní jednotkou.

Soudní poplatek za návrh zápisu společnosti do obchodního rejstříku: 5 000 Kč.

Poplatek za živnostenské oprávnění: 1 000 Kč.

Sepsání společenské smlouvy, ostatní služby notáře: 6 000 Kč

Bankovní poplatky: 1 000 Kč

Sepsání smlouvy o budoucí smlouvě na nájem kanceláře: 3 000 Kč

Celkové zřizovací náklady: 16 000 Kč

Hotovostní náklady hradili zakladatelé společnosti, každý ve výši: 7 500 Kč

Zakladatel společnosti č. 1 vložil na bankovní účet částku: 2 000 Kč

Společnost byla zapsána v OR k 3. 1. 2010.

Na valné hromadě, která se konala 3. 1. 2010 bylo rozhodnuto o zahajovací rozvaze společnosti:

Tabulka č. 5: Zahajovací rozvaha k 1. 4. 2010

AKTIVA	PASIVA
Bankovní účet 201 000 Kč	Základní kapitál 200 000 Kč
Zřizovací náklady 16 000 Kč	Závazek vůči společníkovi č. 1: 9 500 Kč
	Závazek vůči společníkovi č. 2: 7 500 Kč
Celkem aktiva: 217 000 Kč	Celkem pasiva: 217 000 Kč

11.2 Jednorázové náklady na vybavení sídla společnosti a zajištění chodu společnosti

1. Společnost k 3. 1. 2011 uzavřela na základě smlouvy o budoucí smlouvě nájemní smlouvu na pronájem 2 kanceláří o celkové ploše 25 m² a složila kauci ve výši 3 nájmů tj. 10 500 Kč.
2. Uzavřela smlouvu se společností Telefónica O2 Czech Republic, a.s. na připojení k internetové síti a zakoupila 2 mobilní telefony, 2 telefonní čísla v akční nabídce za 500 Kč.
3. Na zřízení internetových stránek a propagaci firmy bylo vydáno 20 000 Kč
4. Nakoupila vybavení kanceláří v celkové výši 96 500 Kč:
Stoly: 4x á 3 000 Kč.
Židle: 7x á 1 500 Kč.
Počítače: 3x á 18 000 Kč.
Tiskárna, kopírka, scanner: 1 x á 20 000 Kč.

11.3 Běžné měsíční náklady

- | | |
|--|------------|
| • Mzdové náklady (3 zaměstnanci): | 40 000 Kč. |
| • Sociální a zdravotní pojištění, zákonné pojištění zaměstnanců: | 14 224 Kč. |
| • Nájemné: | 3 500 Kč. |
| • Ostatní služby spojené s nájemným (energie, odpad, voda): | 1 000 Kč. |
| • Telefonní služby (mobilní telefony, pevná linka, internet): | 3 000 Kč. |
| • Náklady na cestovné zaměstnancům: | 2 000 Kč. |
| • Ostatní režijní náklady spojené s provozem kanceláře: | 2 000 Kč. |
| • Pojištění společnosti: | 770 Kč. |
| Celkem: | 66 494 Kč. |

11.4 Zdroje výnosů

- Předpokládaný obrat zakázek za měsíc: 400 000 Kč
- Předpokládaný obrat zakázek za rok: 4 800 000 Kč
- Průměrná provize ve výši 13% z objemu zakázek za rok: 624 000 Kč

Obrat 400 000 Kč vychází dle níže uvedeného rozpočtu k projektu Země vycházejícího slunce, který je v celkové výši 247 060 Kč, dále se předpokládá s další jednou až dvěmi zakázkami menšího charakteru.

- Průměrná provize za rok od dodavatelů z ubytování ve výši 15% z obratu 960 000 Kč (80 000 Kč/měsíc): 144 000 Kč
- Průměrná provize za rok od dodavatelů z outdoorových aktivit ve výši 10% z obratu 600 000 Kč (50 000 Kč/měsíc): 60 000 Kč

Výše uvedená zjištění vycházejí z průzkumu, který byl vytvořen na základě poskytnutých informací v nejmenované agentuře, s nimiž externě spolupracuji.

11.5 Hospodářský výsledek k 31. 12. 2011

Tabulka č. 6: Výkaz zisků a ztrát

NÁKLADY	VÝNOSY
Mzdy 480 000 Kč	Marže 624 000 Kč
Sociální a zdravotní pojištění 170 688 Kč	Provize od dodavatelů 204 000 Kč
Nájemné 42 000 Kč	Úroky z banky 100 Kč
Spotřeba energie 12 000 Kč	
Telefonní služby 36 000 Kč	
Cestovné 24 000 Kč	
Silniční daň 6 000 Kč	
Pojištění 8 400 Kč	
Odpis zřizovacích nákladů 16 000 Kč	
Režijní náklady 24 000 Kč	
Celkem náklady 819 088 Kč	Celkem výnosy 828 100 Kč

Hospodářský výsledek před zdaněním = výnosy-náklady

Hospodářský výsledek= 819 880 – 828 100= 9 012 Kč

Daň= hospodářský výsledek x 19%

Daň= 9 012 x 19%= 1 712 Kč

Hospodářský výsledek po zdanění= hospodářský výsledek před zdaněním-daň

Hospodářský výsledek po zdanění= 9 012- 1 712= 7 300 Kč (v následujícím účetním období se zachytí na účtu nerozdělený zisk předchozích let)

Nákladové účty: 4 175 900 (obrat-marže) + 819 088 (ztráta)

Celkem náklady: 4 994 988 Kč

Výnosové účty: 4 175 900 (obrat-marže) + 828 100 (zisk)

Celkem výnosy: 5 004 000 Kč

12 Zajištění teambuildingu

Celý teambuildingový program bude zasazený do Japonska- země vycházejícího slunce.

12.1 Požadavky klienta

- 2 workshopy;
- ubytování v DBL na 1 noc;
- stravování po celou dobu akce;
- celo-odpolední teambuidling;
- konferenční prostory pro 20 osob;
- standardní konferenční technika (datapojektor, plátno, flipchart);
- místo konání nejlépe max. 2 hod. od Prahy;
- doprava osobními vozy;

12.2 Příprava akce

Poptávka hotelů

Oslovení hotelů splňujících tyto požadavky:

- 10 double pokojů;
- parkovací místa pro 20 aut;
- stravování po celou dobu akce;
- konferenční prostory;
- konferenční technika;
- internetové připojení- WIFI.

Od poptaných hotelů vyžadujeme veškeré kalkulace položkově a informace zda jsou plátcí DPH.

Vybraný hotel:

OREA Hotel Horal****

Svatopetrská 280

Špindlerův Mlýn 543 51

Zajištění registrace a logistiky

- Zajištění hostesek- výběr hostesek, sepsání smluv.
- Zajištění prezenční listiny na registraci.
- Příprava layoutu na dané téma- označení sálu, logistika trasy.

Poptávka čtyřkolek

Od poptaných dodavatelů vyžadujeme zaslání veškerých kalkulací položkově, a zda jsou plátcí DPH.

- Čtyřkolky.
- Ochranný oděv, přilba, kukla.

Administrativní opatření

- Žádost o povolení jízdy na čtyřkolkách v rámci teambuildingového odpoledního programu.

Lokace vybraného místa

- Seznámení s danou lokalitou, ale hlavně s venkovním prostředím dané oblasti s ohledem na plánovaný program.
- Určení míst pro jednotlivé disciplíny.

Příprava disciplín

- Vytvoření hracích karet pro jednotlivé týmy.
- Vytvoření mapy pro jednu z disciplín.

Nákup rekvizit

- Zakoupení líčidel, paruk, kimon, žabek.
- Ceny pro vítěze.

Ostatní přípravy

- Zajištění překladatele a znalce japonské kultury Antonína Límana (ohodnocen cenou Josefa Jungamanna za nejlepší překlad dvou novel Masudžiho a Ibuseho vydaných ve svazku s názvem Na vlnách)

12.3 Realizace teambuildingu

Název teambuildingu: „Země vycházejícího slunce“

Termín: 24. - 25. 6. 2010

Počet klientů: 20, jen muži

Místo konání akce: hotel Horal, Špindlerův Mlýn

Poloha: cca 120 km od Prahy

12.3.1 Program

1. den- 08:30 - 9:00- příjezd, registrace

příjezdový coffee break

9:30 - 12:00 workshop

12:00 – 13:00 oběd

13:30 – 17:00 „Země vycházejícího slunce“

18:00- večeře

19:30- přednáška japonologa a vyhlášení teambuildingu

3. den- 08:00- snídane

09:00- workshop

11:00- coffee break

13:00- oběd

14:00- odjezd

12.3.2 Země vycházejícího slunce

Tematickým obsahem teambuildingu je země vycházejícího slunce- Japonsko. Podstata teambuildingu bude spočívat ve sbírání bodů na jednotlivých stanovištích. Klienti budou rozdělení do 4 týmů po 5 ti členech, obdrží hrací kartu a na tu si vymyslí a napíší název svého japonského týmu.

Každý tým začíná na určeném stanovišti a kruhově postupují.

Cílem celého teambuildingového programu je bližší poznání členů jednotlivých divizí klientovi firmy.

1. Rozdělení klientů do čtyř pětičlenných týmů.

2. Kamikadze, aneb sebevražední letci:

pomůcky: slaňovací vybavení, 5x horské kolo;

princip hry: každý člen z týmu se musí slanit přes Labskou přehradu a po hrázi se na horském kole vrátit zpět na start a začíná slaňovat další člen týmu.

hodnocení: týmu se zapisuje celkový čas. Pokud se některý z členů týmu odmítne slanit tým dostane penalizaci ve výši 10 minut.

3. Minka, aneb postav si svůj japonský příbytek:

pomůcky: týmem nasbíraný „lesní stavební“ materiál

princip hry: úkolem týmu je pomocí nasbíraného materiálu (větvě, mech, listy, kameny, lesní plody atd.) vytvořit „maketu“ japonského stylu obydlí nazývaného minka.

hodnocení: Tým má na postavení 15 minut a bude ohodnocen počtem bodů na stupnici 1-5.

4. Mawaši, aneb umíš to?

pomůcky: lapa (terč pro nácvik úderů a kopů) pro bojová umění

princip hry: po předvedení mistra musí každý účastník provést ukázaný kop a to do lapy v co nejvyšším počtu opakování bez položení nohy na zem. (odhad počtu kopů na osobu: cca 10).

hodnocení: týmu se sčítají veškeré kopy bez položení nohy do lapy.

5. Gejša, aneb vysni si svou společnici

pomůcky: paruka, líčidla, žabky, kimono, vějíř

princip hry: Tým vybere ze svého kolektivu jednotlivce, kterého spodobní jako japonskou gejšu z poskytnutých rekvizit.

hodnocení: Tým má na zpodobění 20 minut a bude ohodnocen počtem bodů na stupnici 1-5.

6. Samurajská cesta

pomůcky: 5x čtyřkolky, mapa

princip hry: všichni členové týmů jedou na čtyřkolkách dle mapy a zapíší do hrací karty odpověď na otázky na čtyřech stanovištích, vyznačených v mapě.

hodnocení: týmů se bude posuzovat celkový čas a správné zodpovězené otázky.

Správná odpověď- 1bod/otázka.

otázky: 1. Vyjmenuj 4 největší ostrovy Japonska?

Hokkaidó, Honšú, Šikoku, Kjúšú.

2. V jakém roce byla svržena atomová bomba na Hirošimu?

1945.

3. Jak se nazývá japonský zakrslý stromeček?

Bonsaj.

4. Co je katana?

Japonský meč.

7. Vyhlášení vítězů teambuildingu a předání cen.

Každý člen vítězného týmu obdrží samurajský meč.

Tabulka č. 7: Rozpočet

Země vycházejícího slunce, hotel Horal, 20 osob				
		počet	cena	celkem
Ubytování	DBL včetně snídaně	10	2 700 Kč	27 000 Kč
	parkovné (20 aut x 2 dny)	20	100 Kč	2 000 Kč
Konferenční prostory	salónek Bohemia, dataprojektor, flipchart, plátno		7 600 Kč	7 600 Kč
Cateringové služby	24. 6. příjezdový coffee break	20	200 Kč	4 000 Kč
	24.6 oběd - formou bufetu	20	250 Kč	5 000 Kč
	24. 6. večeře - formou rautem	20	500 Kč	10 000 Kč
	25. 6. coffee break	20	150 Kč	3 000 Kč
	25. 6. oběd formou bufetu	20	250 Kč	5 000 Kč
	nápoje - bude účtováno dle skutečnosti		<i>předpoklad</i>	25 000 Kč
Země vycházejícího slunce	teambuilding		100 000 Kč	100 000 Kč
	japanolog Antonín Líman		10 000 Kč	10 000 Kč
Grafické práce	pozvánky, layout		3 000 Kč	3 000 Kč
Registrace	hostesky		3 000 Kč	3 000 Kč
Logistika			1 000 Kč	1 000 Kč
Dárky	Saké	20	100 Kč	2 000 Kč
Ceny pro vítěze	samurajský meč	5	1 000 Kč	5 000 Kč
Režijní náklady	doprava, ubytování, stravování produkce		12 000 Kč	12 000 Kč
Celkem				224 600 Kč
Provize agentury	10%			22 460 Kč
<i>Celkem</i>				<i>247 060 Kč</i>

13 Závěr

V bakalářské práci jsem se snažila zjistit, zda dva čerství absolventi magisterského studia dokážou založit fungující podnik specializující se na outdoor a teambuilding. A to pomocí veškerého nastudování teoretických materiálů z hlediska ekonomického, tak i praktického, myslím si, že by to absolventi s tímto vzděláním měli zvládnout.

Pro založení tohoto typu firmy by měla být podmínkou kreativita obou společníků, která je nutná zejména k tvorbě tematických programů pro klienty. Projekt nazvaný „Země vycházejícího slunce“ se snaží ukázat tuto nezbytnou vlastnost a zároveň sestavit podrobný rozpočet k dané zakázce.

Na základě uváděných informací jsem se rozhodla pro založení společnosti s ručením omezeným, což se mi jevilo po porovnání všech forem možností podnikání jako nejvhodnější a to i s ohledem na požadavky potencionálních klientů.

Jelikož po uvedených finančních analýzách je zisk společnosti velmi malý, mělo by se bedlivě hlídat hospodaření firmy, aby se nedostala do ztráty. Při uvedeném modelu dle výsledku SWOT analýzy budou muset společníci nasmlouvat zakázky již s velkým časovým předstihem, aby zvládli pokrýt náklady na provoz společnosti. V počátcích podnikání by být kladen důraz na propagaci firmy, aby se dostala do podvědomí potencionálních klientů.

Doporučovala bych, aby oba společníci své plány konzultovali s ekonomickými a daňovými odborníky, kteří by jim pomohli sestavit podrobnou finanční analýzu, kterou považují za jeden z nejtěžších kroků v začátcích podnikání.

Založení podniku za této situace by dle mého názoru mělo být s co nejmenšími vstupními náklady a bez poskytnutí úvěru, aby společníci hned v začátcích nebyli zatíženi velkým finančním břemenem.

V dnešní době a finanční krizi bude založení a prosazení firmy na trhu bez stálé klientely a nulových zkušeností velmi obtížné, ale myslím, že reálné.

14 Seznam použité literatury

1. HISRIC, R. *Založení a řízení nového podniku*. Praha: Victoria Publishing, 1996. ISBN 80-85865-07-6.
2. Doleček, M. *Správný výběr obchodní společnosti pro Váš obchodní plán*. [online]. [4. 1. 2010]. Dostupné z www: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/pravo-v-podnikatelske-praxi/opu-vyber-obchodni-spolecnosti-podnikani/1001817/54225>>.
3. JAKUBÍKOVÁ, D. *Strategický marketing, strategie a trendy*. Praha Grada Publishing a.s., 2008. ISBN 978-80-247-2690-8.
4. KORÁB, V., MIHALISKO M. *Založení a řízení společnosti*. Brno: Computer Press, 2005. ISBN 80-251-0592.
5. MALÝ, V. *Outdoor aktivity jako prvek budování týmu*. [online]. [1. 8. 2007]. Dostupné z www: <<http://www.podnikatel.cz/clanky/outdoor-aktivity-jako-prvek-budovani-tymu-1/>>.
6. MILLER, B. *Teambuilding- 50 krátkých aktivit*. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1618-0.
7. *Otevřená encyklopedie*. [online]. Dostupné z www: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Hlavn%C3%AD_strana>.
8. Novotný, Z. *Právní nauka pro školy i praxi*. Brno: Masarykova univerzita, 2002. ISBN 80-210-1118-1.
9. *Rozvojové programy pro firmy*. [online]. Dostupné z www: <<http://www.tern.cz/kontakt>>.
10. RYDVALOVÁ, P. Finanční řízení MSP - *Přednášky předmětu finanční řízení podniku na TUL* [online]. [Cit. 2010-03-10]. Dostupný z www: <http://multiedu.tul.cz/index.php?content=multi_uziv&uzivatel=4>
11. Specializovaný portál pro začínající podnikatele. [online]. [7. 8. 2007]. Dostupné z www: <<http://www.ipodnikatel.cz/>>.
12. SVATOŠ, V., LEBEDA, P. *Outdoor trénink pro manažery a firemní týmy*. Praha: Grada Publishing a.s., 2005. ISBN 80-247-031-81.
13. ŠVIDRNOCHOVÁ, K. *Jak začít podnikat*. Hospodářské noviny, 18. 3. 2010.
14. *Teambuilding - zábavné a motivační akce*. [online]. Dostupné z www: <<http://www.vladimirmatula.zjhlavy.cz/teambuilding.php>>.
15. VECHETA, V. *Outdoor aktivity*. Brno: Computer Press, 2009. ISBN 978-80-251-2650-9.
16. *Vše, co potřebujete vědět o s.r.o.* [online]. Dostupné z www: <<http://www.e-sro.cz/>>.
17. ZAHŘÁDKOVÁ, E. *Teambuilding : cesta k efektivní spolupráci*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-042-9.